

Avance en el Cierre de Brechas de Competitividad de Bogotá 2006-2008.

Por Rodrigo Díaz C. / Director
AméricaEconomía Intelligence

Agradecimientos

- Las CCB ha estado impulsando el tema de la competitividad desde 2003.
- Hemos colaborado con encuestas y análisis.
- Es la primera ciudad de la región que se ha preocupado por este tema.
- Hemos preparado ya dos informes de competitividad
- Aquí mostramos los resultados del segundo:
“Avance en el Cierre de Brechas”
 - Determina una línea de base
 - Establece brechas
 - Y observa los avances

Contenido

1. Antecedentes
2. Objetivos
3. Resultados 2008
4. Brechas de Competitividad
5. Zonas de Avances
6. Competidoras Inmediatas
7. Buenas Prácticas
8. Simulaciones
9. Recomendaciones

Antecedentes

- Las ciudades son el nuevo eje (ya no tan nuevo) que determina la competitividad de los países.
- Las ciudades simplifican la distribución del bienestar
 - China e India están moviendo su gente del campo a las ciudades

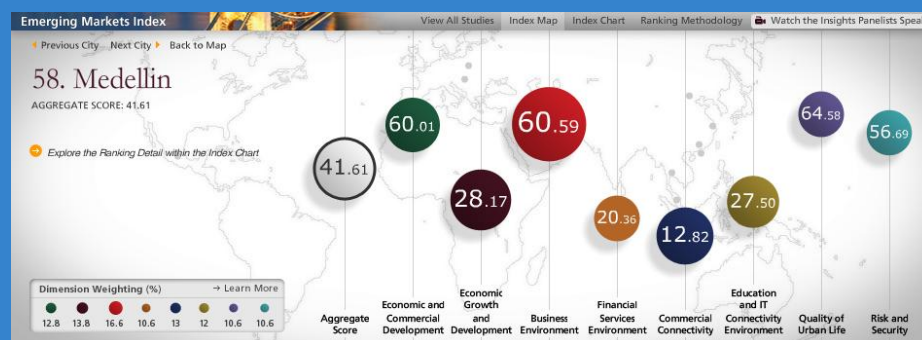
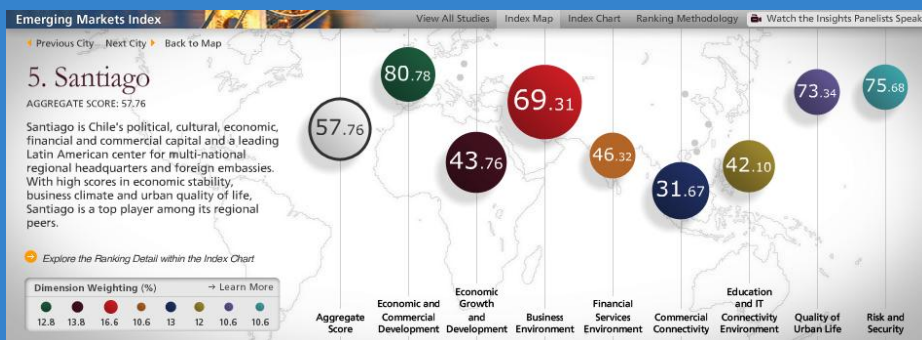
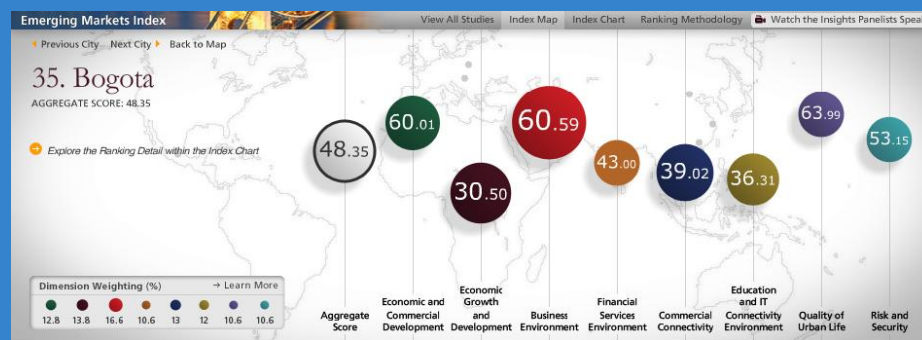
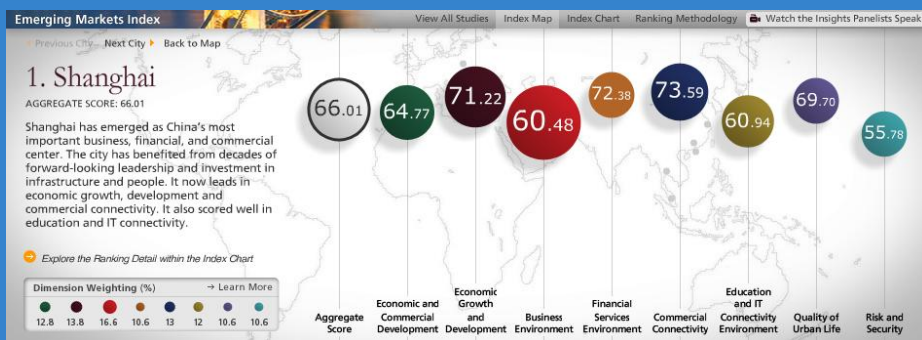
AméricaEconomía Intelligence
partió en 2001

MasterCard partió en 2006

Su último Ranking es sobre
ciudades de países
emergentes

¿RESULTADOS? ...

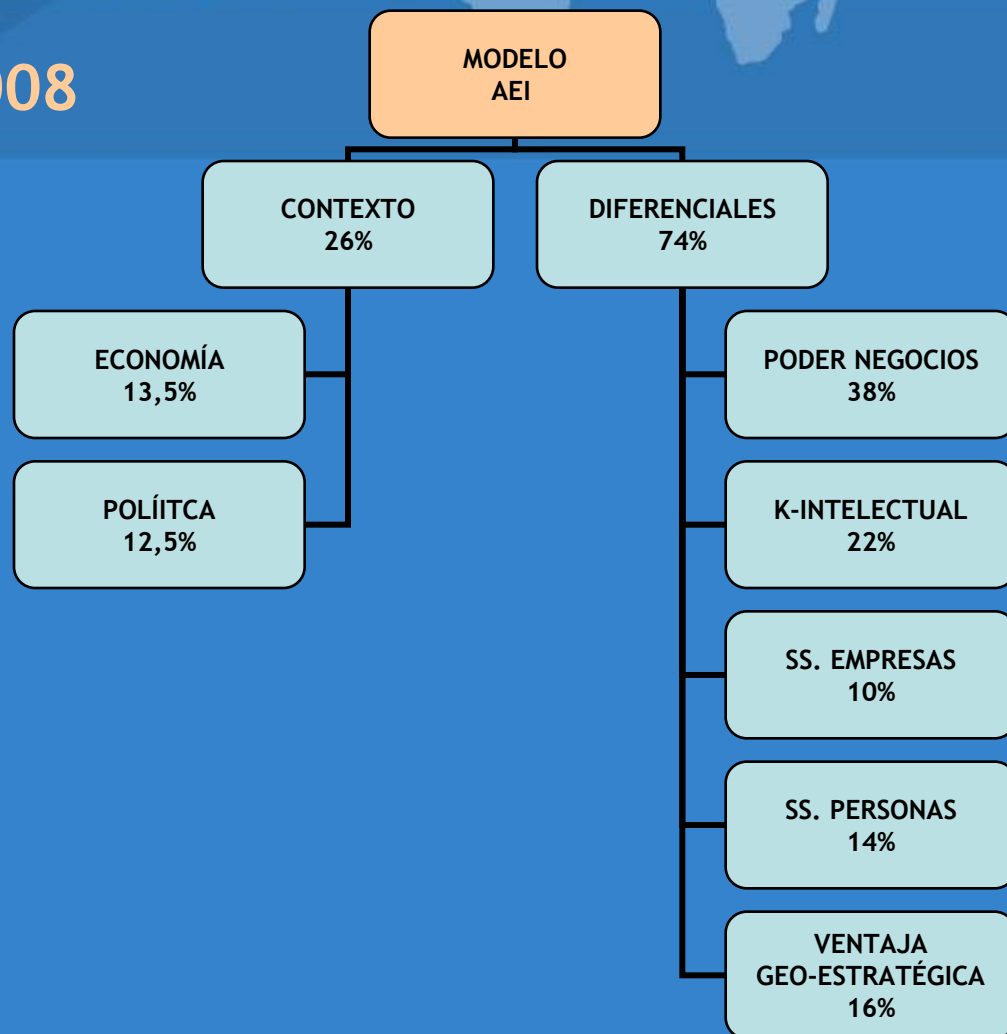
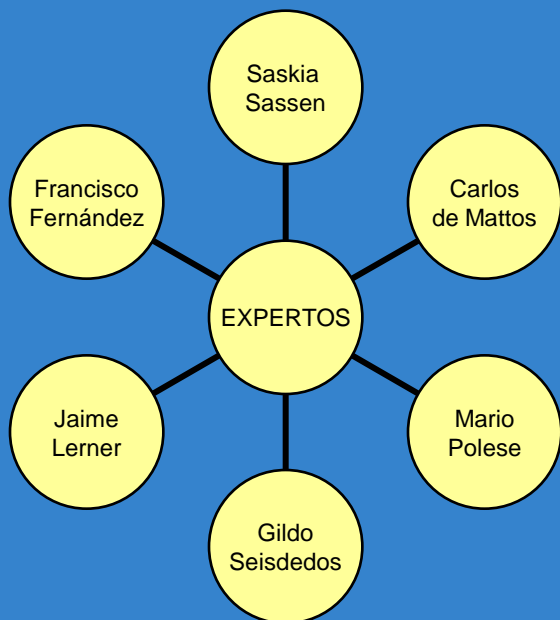
Bogotá según MasterCard



Ambiente Económico y Comercial / Desarrollo y Crecimiento Económico / Ambiente Negocios / Ambiente Ss. Financieros / Conectividad Comercial / Conectividad TIC y Educación / Calidad de Vida / Riesgo y Seguridad

Modelo AE Intelligence 2008

Panel de Expertos Académicos



Objetivos

- Identificar los factores más relevantes que determinan la competitividad del cono urbano y establecer los indicadores de competitividad relevantes
 - Bogotá y
 - Competidoras.
- **Objetivos específicos**
 - medir los avances en el cierre de brechas
 - determinar la imagen de marca de Bogotá y otras ciudades de la región en el imaginario de ejecutivos latinoamericanos,
 - determinar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas competitivas de Bogotá y
 - desarrollar una batería de propuestas tendientes a elevar la competitividad de negocios de Bogotá en el mediano plazo.

Definición

¿Qué se entiende por competitividad Urbana para hacer Negocios?

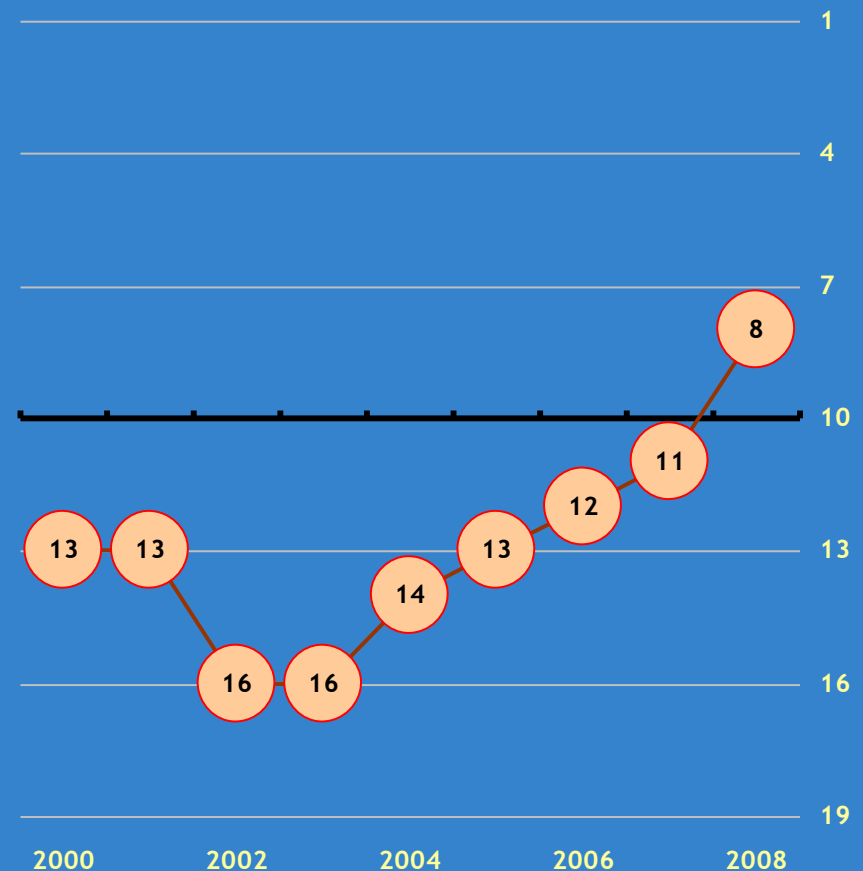
La entendemos como:

- El respaldo que las ciudades le brindan a la invitación que le hacen a las empresas y a los emprendedores para que se vengan a hacer negocios en ella

Resultados

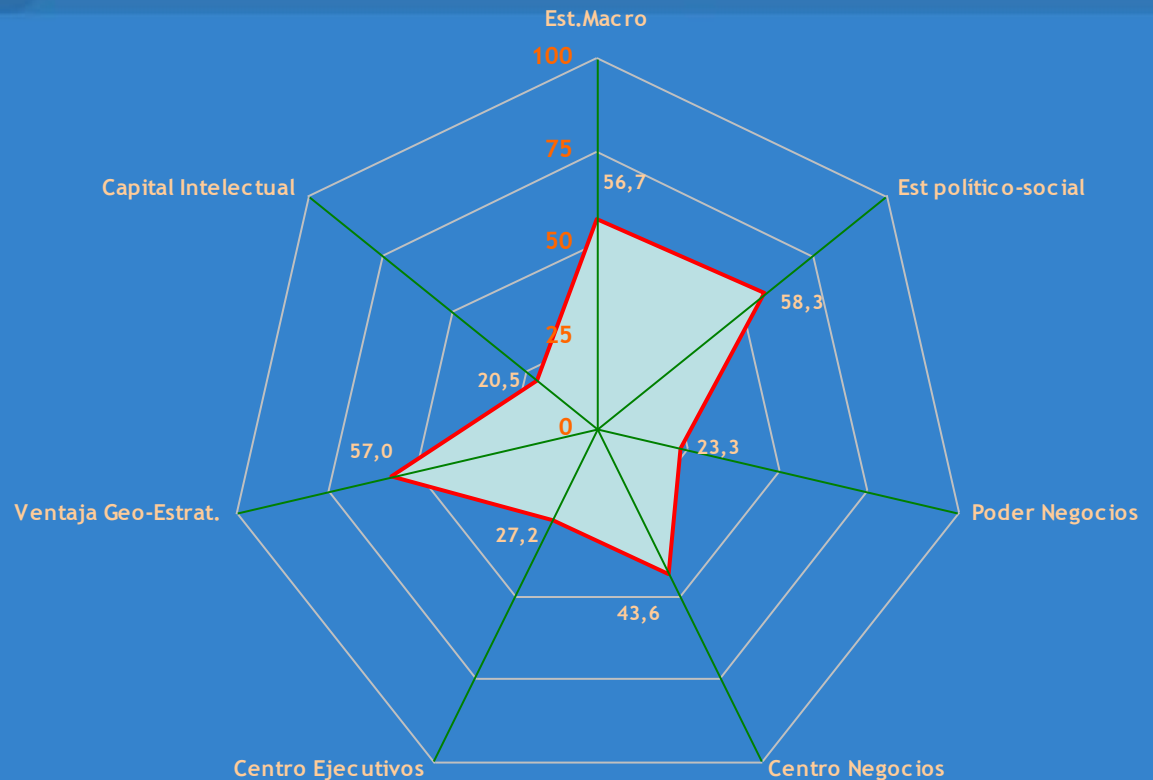
Bogotá en el Ranking AE

- Luego de años de oscilaciones en el Ranking de AméricaEconomía, Bogotá entra al selecto grupo de las 10 Mejores Ciudades de la Región para Hacer Negocios
- Qué se entiende por competitividad para los negocios:
 - Qué tanto soporte tienen las ciudades para validar la invitación que les hacen a las empresa.



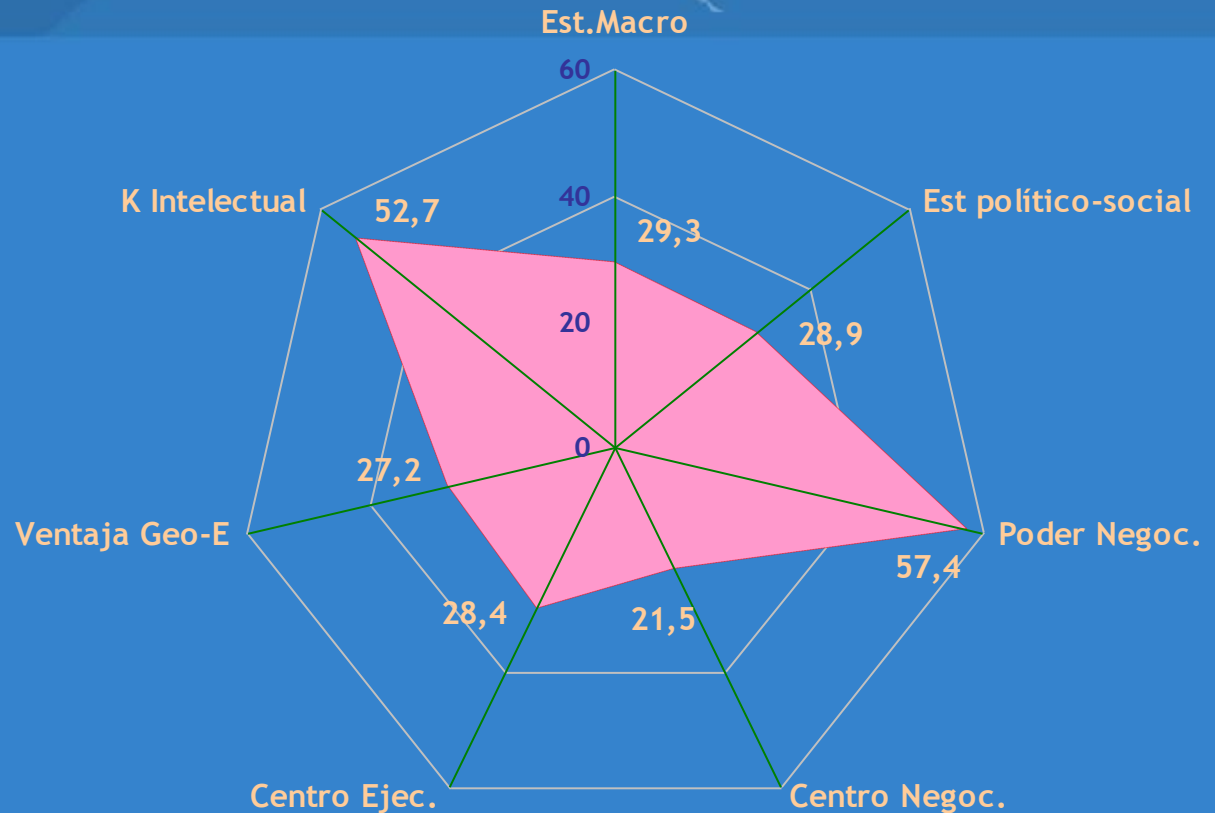
Bogotá 2008

- Es vista como una ciudad pujante y atractiva.
 - Su imagen ante el mundo está en alza.
 - Su crecimiento económico esperado para 2008 es de 5%
 - Es una ciudad llena de oportunidades
- Puntaje 39,2.



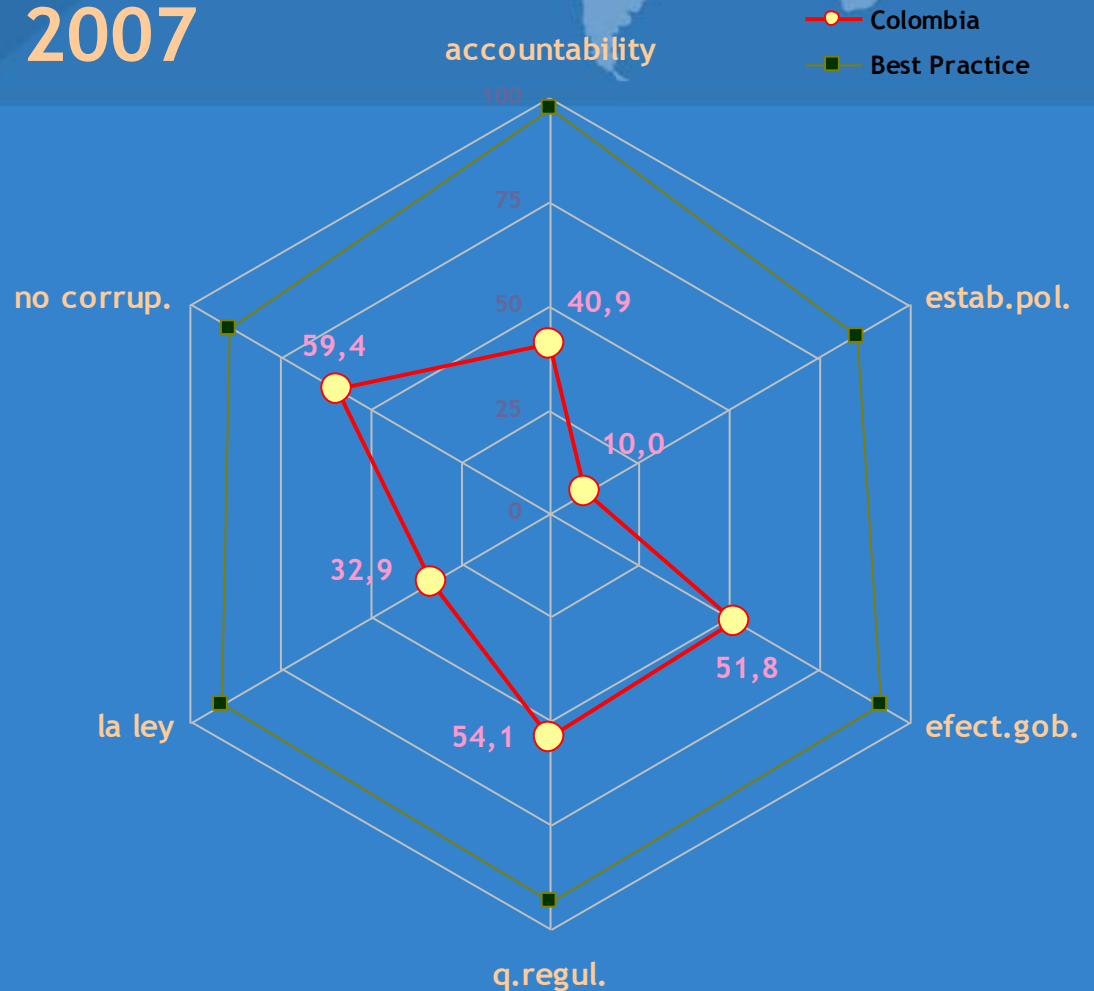
Brechas Bogotá 2007

- La brecha promedio de las variables de contexto es 29 puntos.
- La brecha promedio de las variables diferenciales es 37 puntos.
 - El mayor rezago se observa en Poder de Negocios (hay avances)
 - Y en capital intelectual (se avanza más lento)



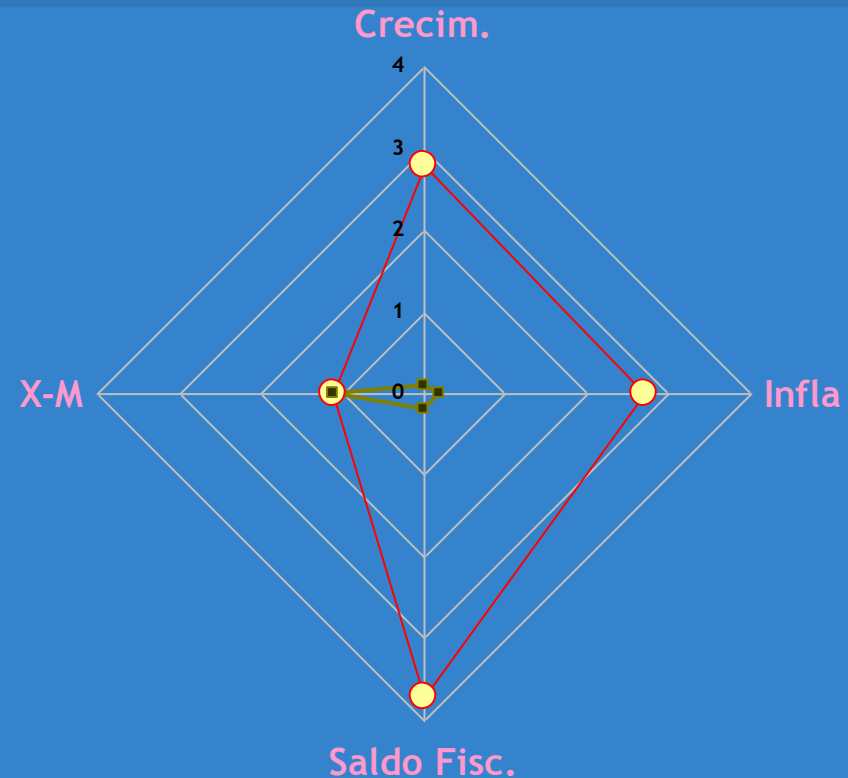
Estabilidad Política 2007

- En términos históricos, estabilidad política está ligada a la estabilidad económica.
- El Banco Mundial ha instalado este indicador.
- Los datos del BM, están hasta 2007.
 - AE Intelligence proyectó (sin cambio de tendencia) los valores para 2007.
- Bogotá estaba muy lejos en el indicador directo de estabilidad política
 - Las percepciones son injustas
 - Se requiere más marketing para actualizarlas

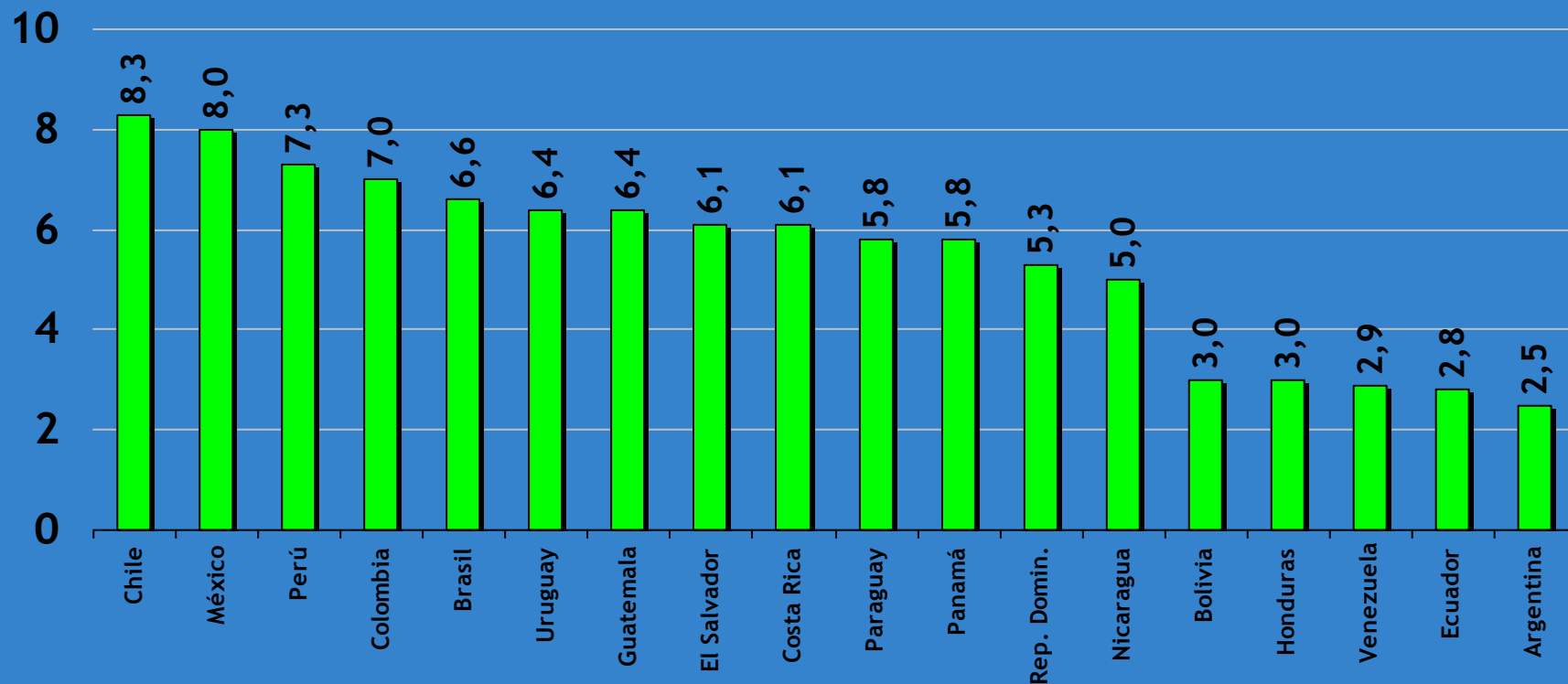


Estabilidad Macro 2007

- Históricamente, las economías que más crecen, son aquellas que muestran menos períodos recesivos.
- La estabilidad Macro Económica, entonces, garantiza una senda de crecimiento de largo plazo.
- Quien esté más cerca del centro (crecimiento potencial), tendrá mayor expansión sostenida
 - Var.% PIB / Tasa Inversión
 - Inflación
 - Saldo Comercial
 - Saldo Fiscal



Estabilidad Macro 2008



Poder de Bogotá

- Desde 2004 que Bogotá viene creciendo por sobre el 5,5%
- Esto es muy bueno.
 - Falta más promoción de esto
- Su poder de negocios está creciendo muy fuerte
 - De US\$ 20.000 millones.
 - A US\$ 43.000 millones
- Su PIB *per capita* también ha subido
 - De US\$ 2.925
 - A US\$ 5.995
 - ¡+100%!
- Esta es una gran palanca de magnetismo



El Mapa del Dinero



Introducción

Resultados

Brechas

Competidoras

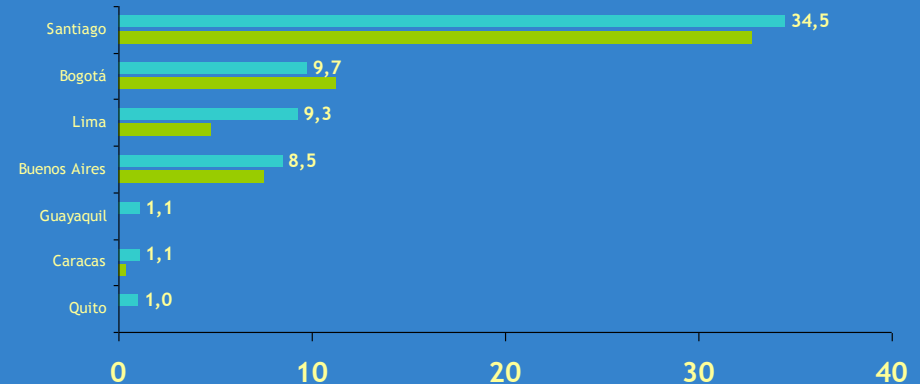
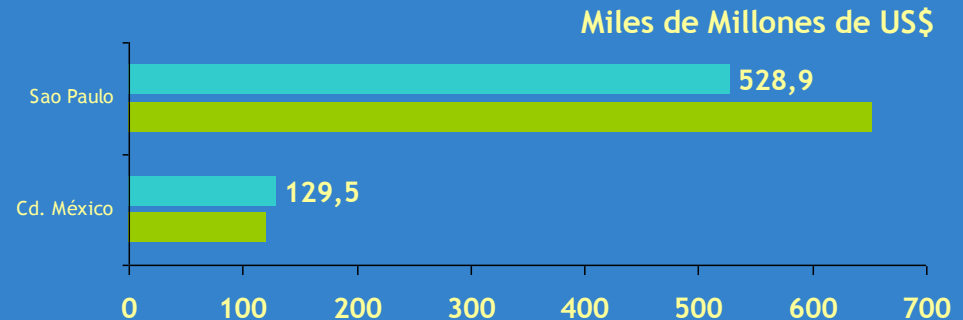
Avances

Simulaciones

Sugerencias

Movimiento Bursátil

- La Bolsa de Comercio es uno de los elementos claves en la competitividad urbana.
- Es el corazón de los flujos de dinero
- Las empresas se instalan por áreas
 - Y siempre se requiere un área financiera
 - Las empresas buscan en las Bolsas, una fuente de financiamiento para sus proyectos



Capital Intelectual

La calidad del capital humano disponible dentro de una ciudad se mide por sus resultados (por señales indirectas)

1. Universidades de Prestigio

- B.Aires, S. Paulo, México tienen una
- Stgo. tiene dos.

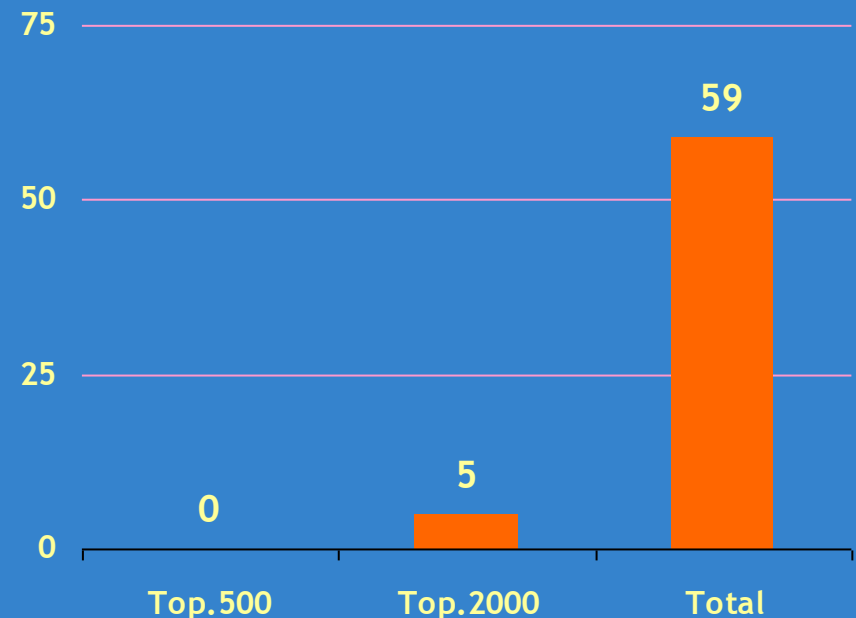
2. Investigación (*papers*)

3. Innovación e Inventos

4. Escuelas de Negocios

- Ranking
- Matrículas (profesionales disponibles)

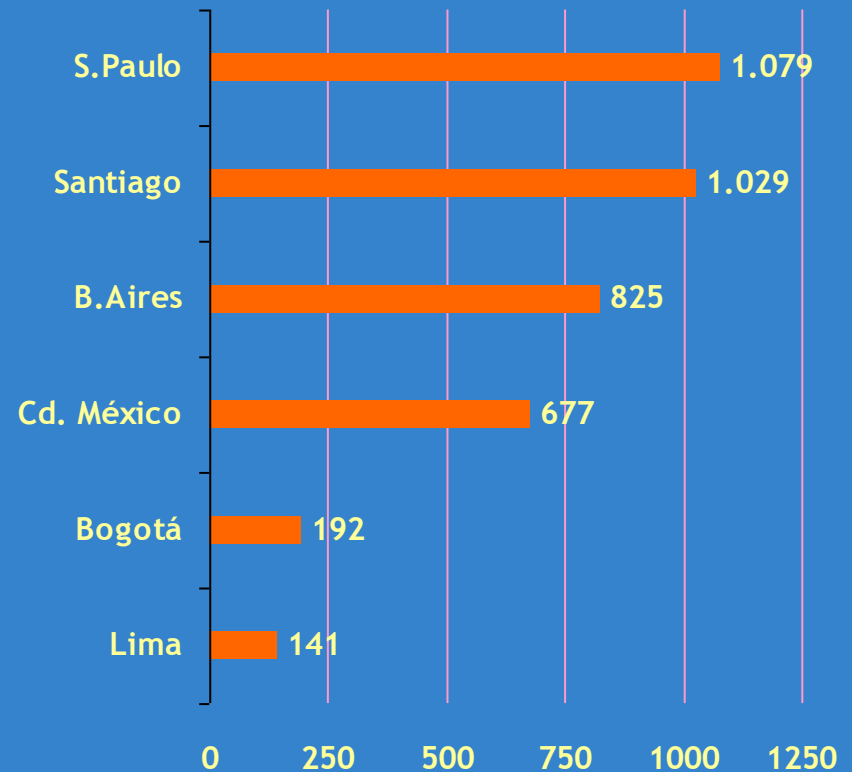
Universidades Bogotá



Capital Intelectual

Papers (2005-07) por Habitante

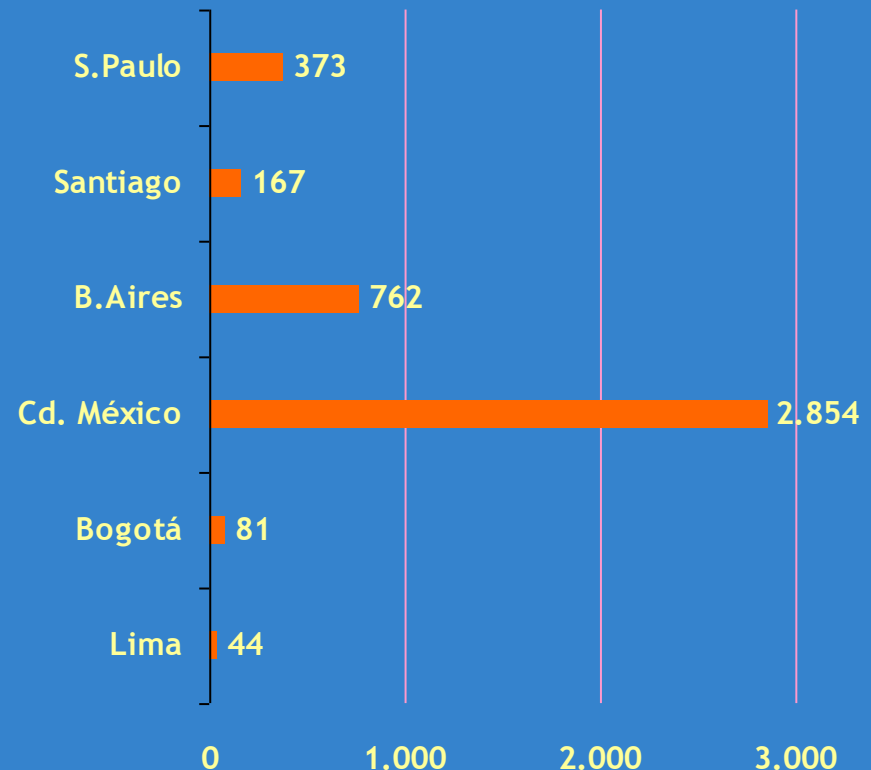
- Las ciudades con mayor producción académica por habitante (sólo ISI) son:
 - Porto Alegre: 2.959.
 - Florianópolis: 2.036
 - Belo Horizonte: 1.439
- La lectura es que para conseguir esto se requieren doctores (Ph.D. o DBA)
- Ojalá egresados de universidades de prestigio internacional.



Capital Intelectual

Patentes por Ciudad

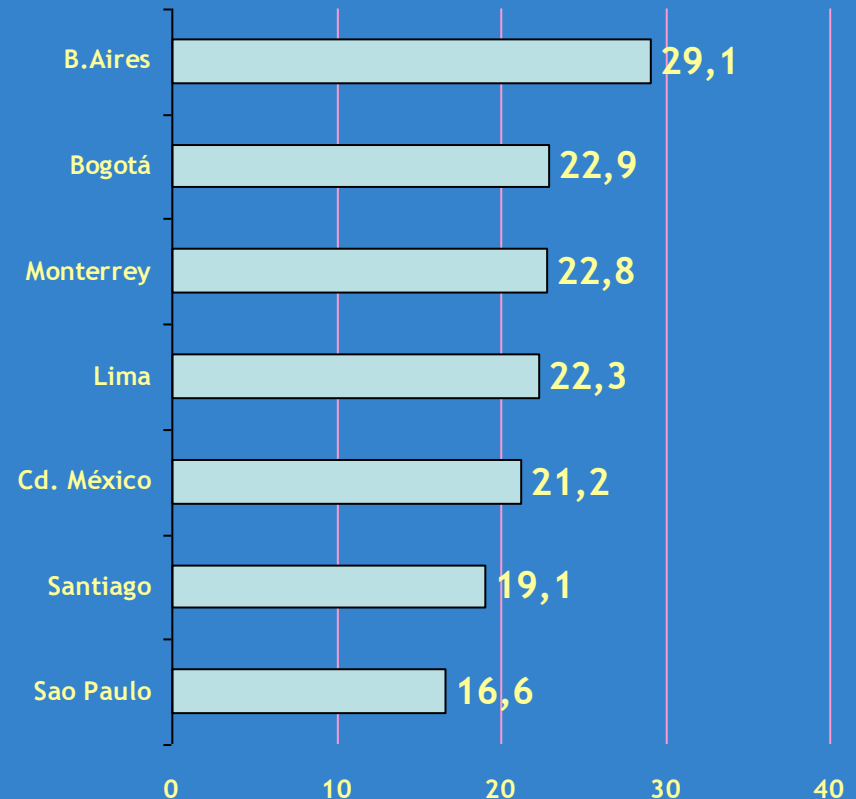
- Las patentes solicitadas a nivel internacional (OMPI), son un indicador claro de los desarrollos de investigación aplicada.
 - Colombia requiere actualizar sus datos en la OMPI.
- La sólo solicitud, marca la pauta del grado de innovación presente en una ciudad, o país.
- Innovación:
 - Hacer cosas nuevas
 - Hacer cosas viejas de maneras nuevas (procesos)



Ss. Personales

- Para los ejecutivos los principal es siempre:
 - Costo de Vida
 - Calidad de Vida
 - Seguridad
 - Y con menos peso
 - servicios de turismo y conferencias

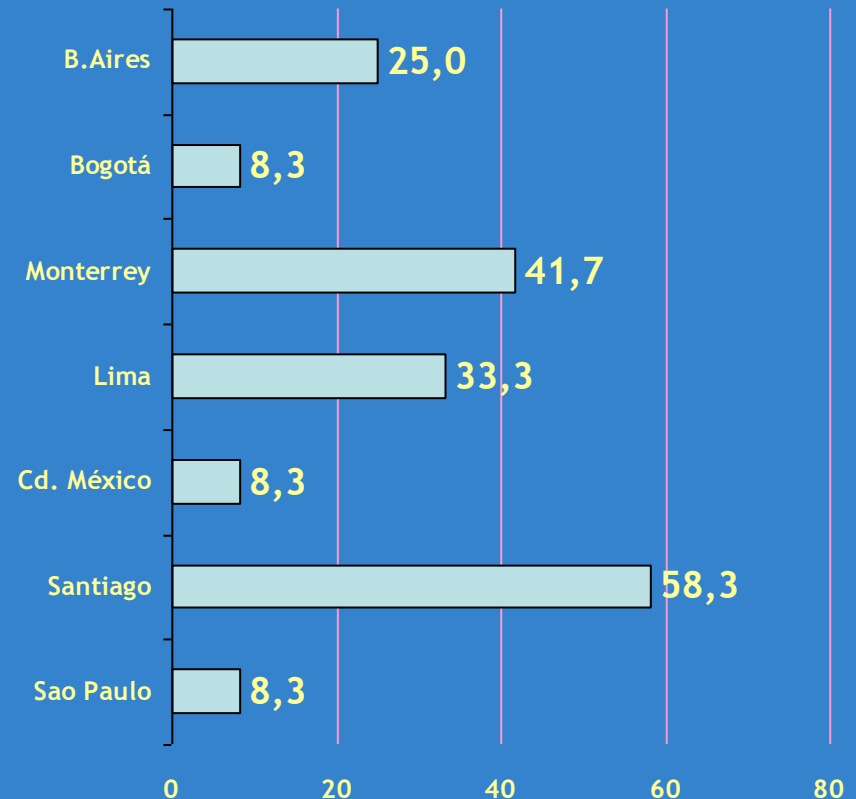
Más Barata, Más Puntos



Ss. Personales

- La seguridad es vital para la vida del ejecutivo en un ciudad
 - Autos blindados
 - Guatemala
 - Robos con violencia
 - Cd. México
 - Homicidios
 - Rio de Janeiro
 - Policía Blindada
 - Zonas de Seguridad
 - Avance o Retroceso
 - Etc.
- Frank Holder elabora todos los años un indicador comparable para todas las ciudades de la región, y lo hace desde el año 2000.
 - Hemos adaptado su escala a Base.100

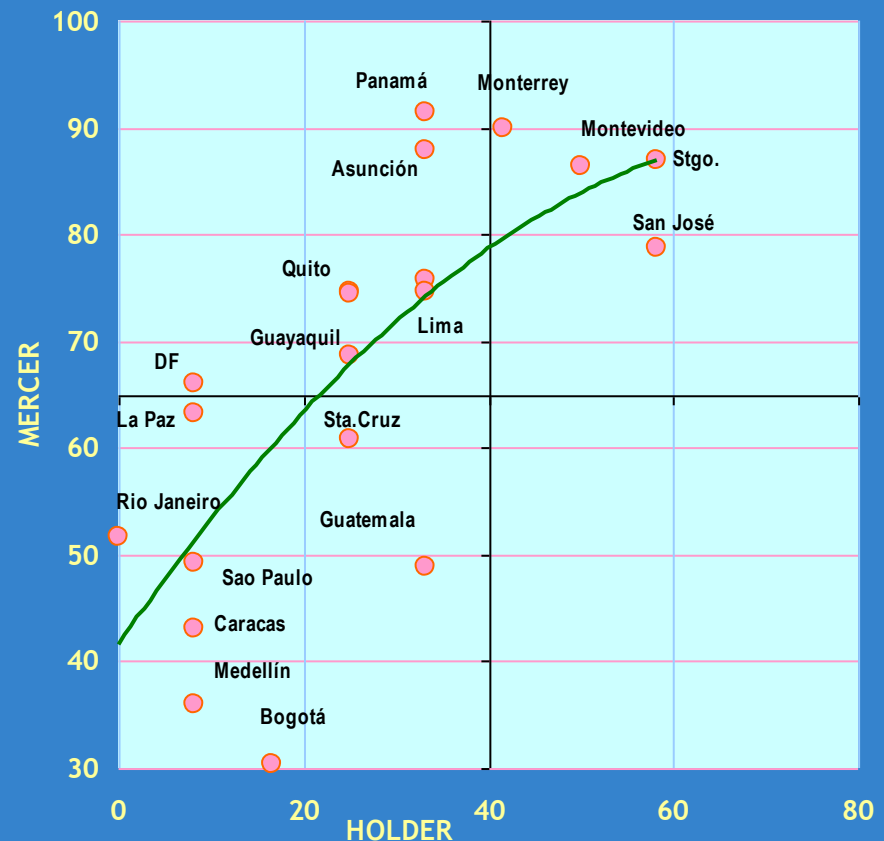
Más Segura, Más Puntos



Seguridad / Peligrosidad

Más Seguridad, Más Puntos

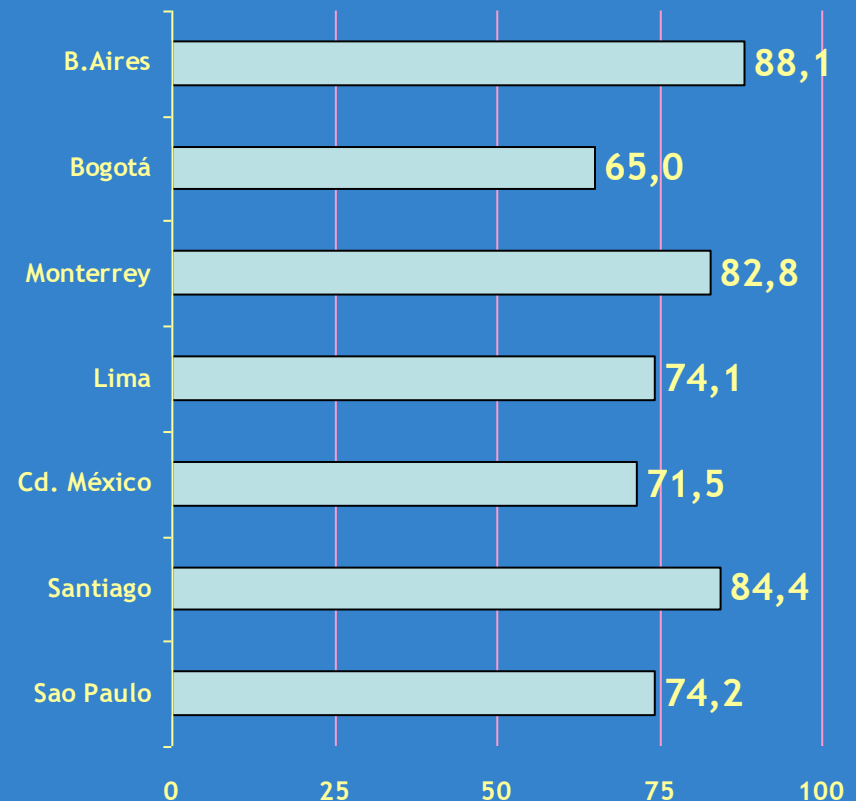
- Desde Junio de 2008, MERCER añade un índice de seguridad personal.
- Mientras Frank Holder muestra un indicador de peligrosidad de orden más general, para cada ciudad.
- Ambos se parecen. Pero no demasiado.
- En el gráfico están ambos en Base 100 y el de Holder fue invertido, para mostrar el inverso de la peligrosidad ... la seguridad.
- Cuadrante 2: BUENO
- Cuadrante 3 : MALO
- Cuadrante 4 está vacío.
- Cuadrante 1: Discrepancias
- Bogotá en el cuadrante 3:



Ss. Personales

- La calidad de vida es similar en todas las urbes.
- Datos MERCER 2008.
- Todas tienen:
 - Agua potable
 - Electricidad
 - Alcantarillado, etc.
 - Se busca entonces medir variables de segundo orden, tales como:
 - Entretenimiento
 - Morbilidad, Matrícula
 - Calidad Educación

Más Calidad, Más Puntos



Calidad de Vida

- Sobre el índice 2008, del indicador que calcula MERCER todos los años.
- Se observan variaciones muy pequeñas entre 2007 y 2008.
- Es decir, todas las ciudades están más o menos, donde estaban.
- Para moverse en este indicador se requiere:
 - Mucha inversión en infraestructura.
 - Aciertos e Errores de política pública

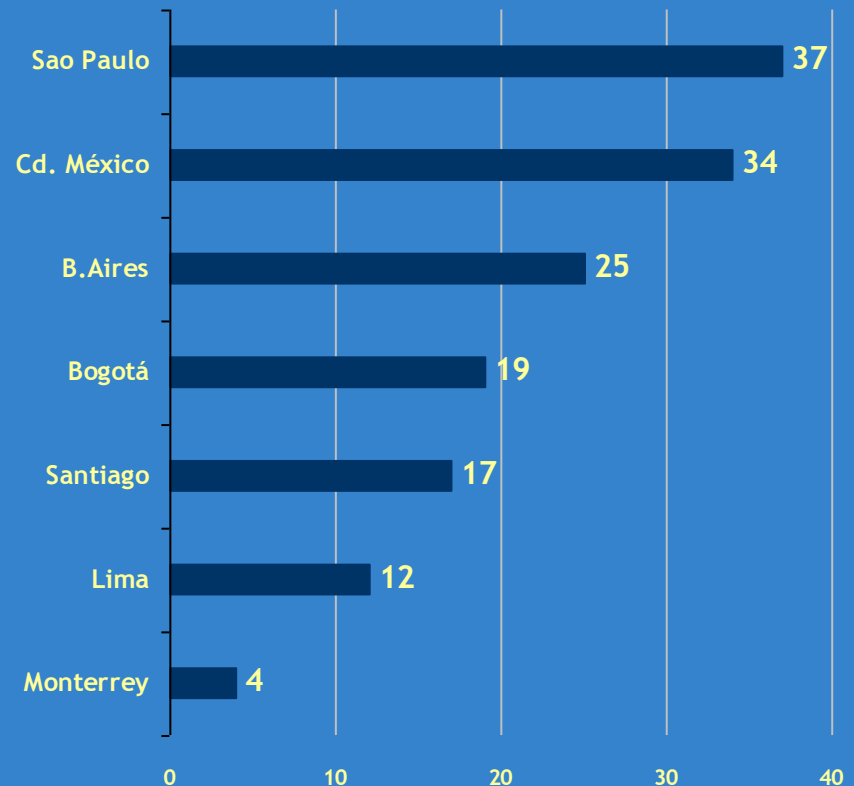
Más Calidad, Más Puntos



Ss. Empresariales

- Las redes empresariales son claves a la hora de hacer negocios:
 - Comprar
 - Vender
 - Tener proveedores
 - Posibles socios
 - Etc.
- El gráfico muestra la presencia de las 500 mayores empresas de la región en esas ciudades.

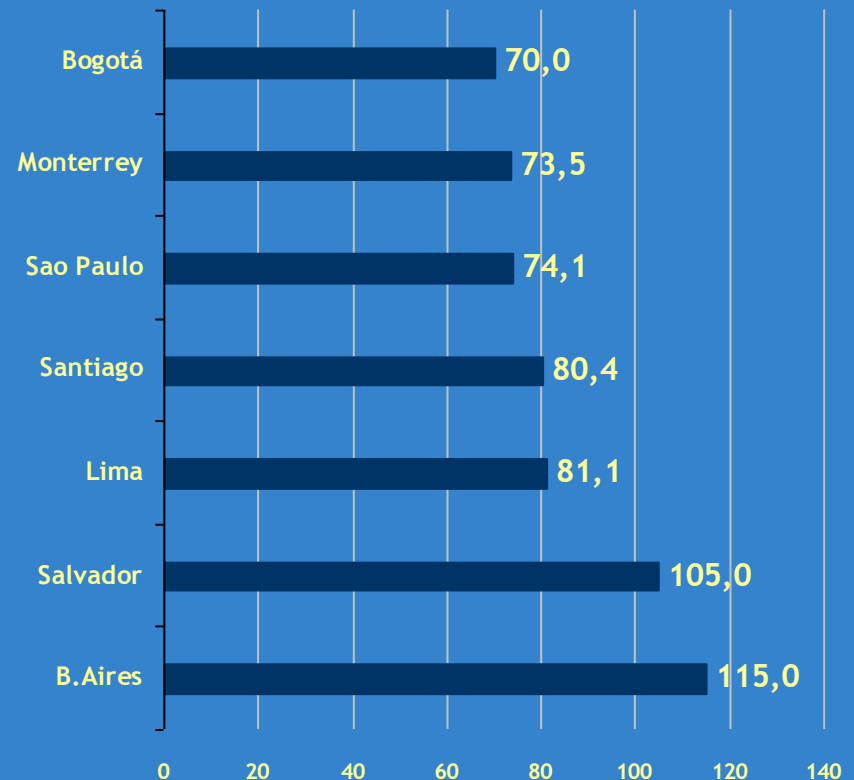
Grandes Empresas Operando



Ss. Empresariales

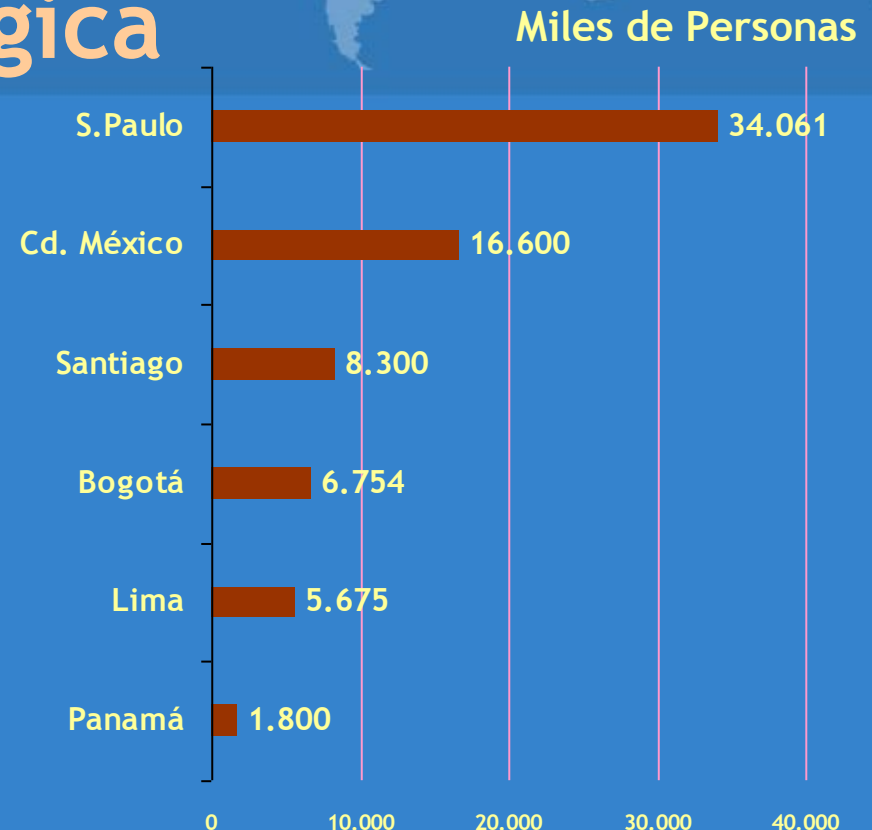
- Los servicios empresariales:
 - Telecomunicaciones
 - Móviles (por personas)
 - Banda Ancha
 - Wi-Max
 - Oficinas
 - Redes empresariales
- Serán siempre una variable clave para que las empresas ganen competitividad
- Antes lo era la telefonía fija. Hoy lo es la móvil. Mañana será la 3G.
 - Iphone vs. Blackberry

Penetración Móviles (por habitantes)



Ventaja Geo-Estratégica

- El aeropuerto es el punto neurálgico de la conectividad de una ciudad
 - En conexiones domésticas como internacionales
- Volar ya no es exclusivo o glamoroso, como en los 60s.
- Hoy es una necesidad para las empresas.



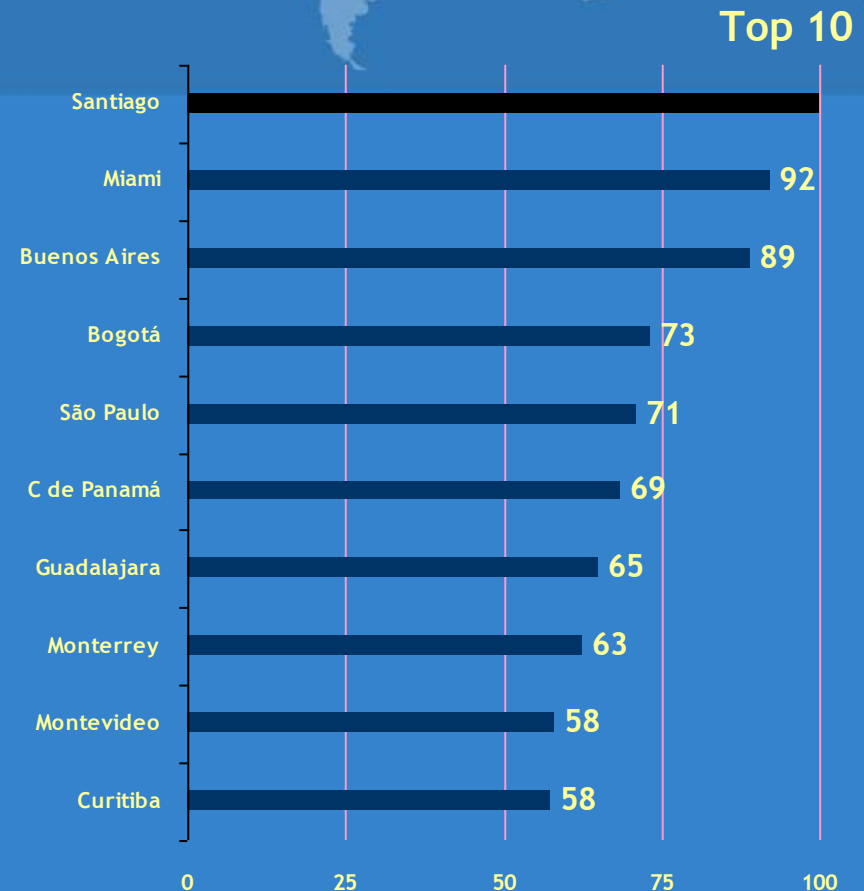
Fuente: ACI Aero. (Consejo Int'l de Aeropuertos)

Ventaja Geo-Estratégica

- Asimismo, el aeropuerto es entrada y salida de bienes.
- Aunque también importa el acceso a puertos.
 - Las ciudades puerto, tienen ventaja
 - Pero ese *handicap* se puede suplir con buenas carreteras y más de un puerto de acceso.
 - Como Santiago, que cuenta con dos buenos puertos.
- Para contrarrestar lo que es inherente a la ubicación geográfica, está el poder de marca que las urbes pueden construir.

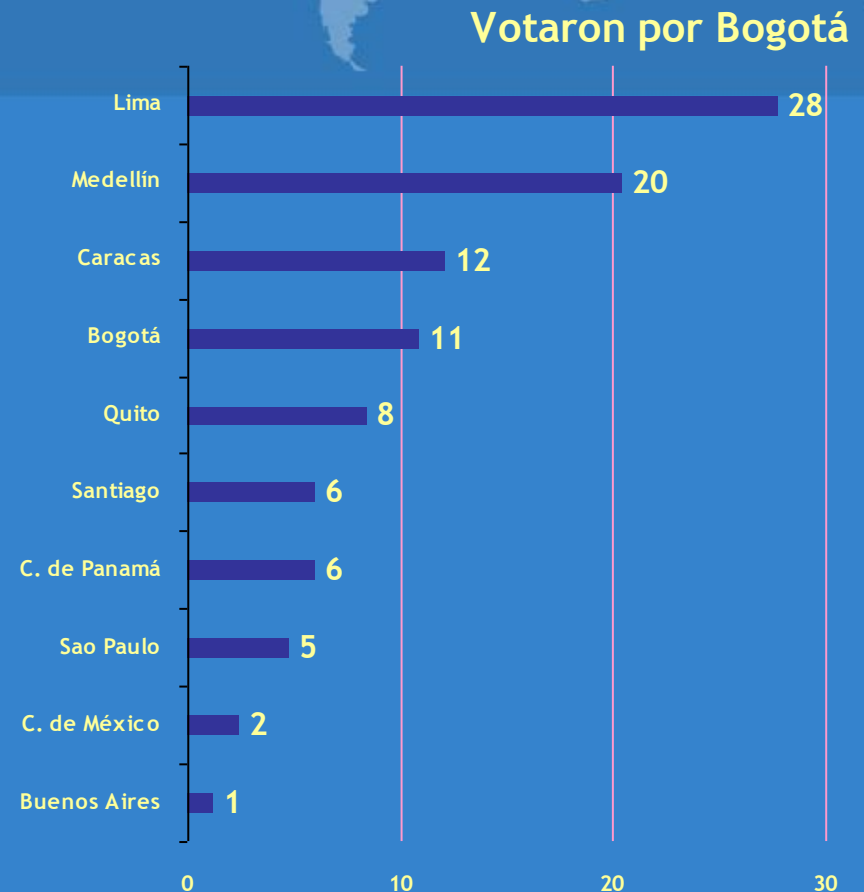
Poder de Marca

- El Poder de la Marca de uno de los activos más grandes con los que cuenta una ciudad.
- Es sinónimo de prestigio.
- Y la persigue ... para bien o para mal.
- Bogotá debe posicionar más fuertemente su marca



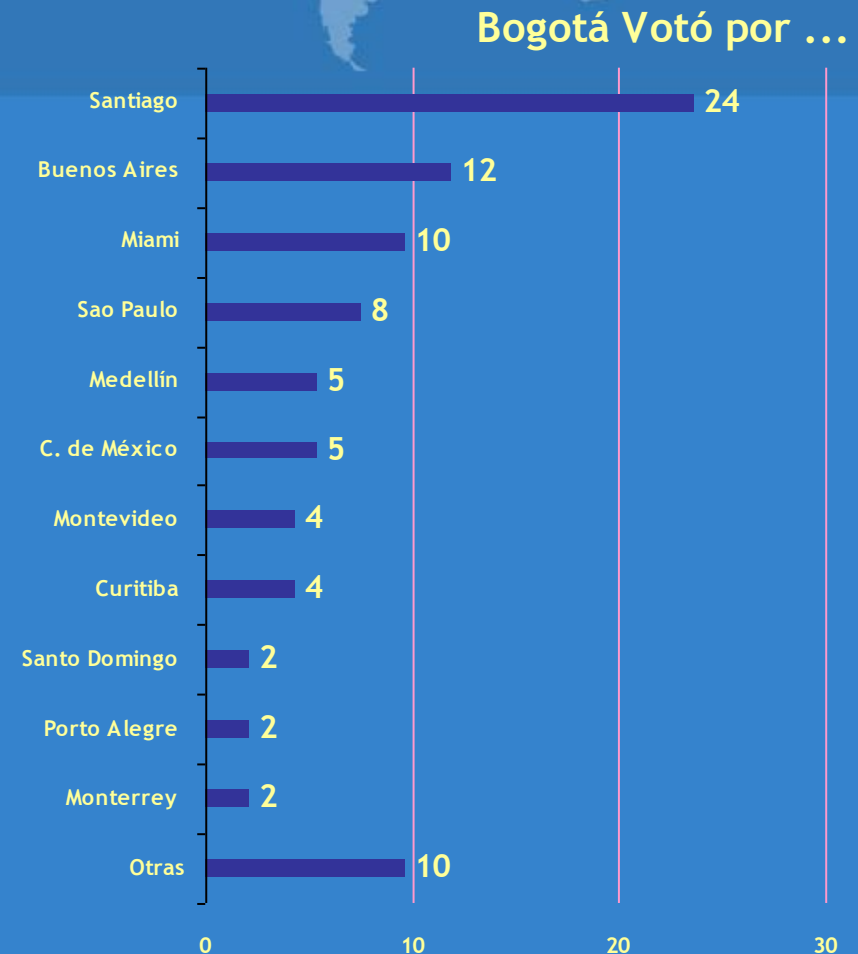
Poder de Marca

- Para Bogotá, la encuesta arrojó resultados interesantes.
 - En qué ciudades hay ejecutivos que la ven como líder?
 - Cuántos Bogotanos la ven como líder?
 - Cuántos no?



Poder de Marca

- Santiago es vista como la principal competencia
- Más atrás Buenos Aires (siempre con una buena marca)
- Los Bogotanos dieron 9 votos (de 93) a su ciudad.
- Pero 82 bogotanos votaron por otra.
- Bogotá recibió 74 votos de otras ciudades, de un total de 905 (8,2%).



Competidoras Directas

- Para Bogotá sus competidoras son Stgo. y Buenos Aires.
- Definen a Bogotá como competidoras:
 - Caracas, Medellín, Quito, Guayaquil y Lima
- Para Lima sus competidores son Santiago y Bogotá
 - Ojo con Lima
 - Crecimiento alto
 - Perú tiene TLC con EE.UU.
 - Grado de Inversión
- Buenos Aires y Santiago son las ciudades a las cuales los entrevistados les gustaría que su ciudad se pareciera

	1° Opción		2° Opción	
Bogotá	Santiago	28,0	Buenos Aires	14,0
Buenos Aires	Sao Paulo	38,9	Santiago	27,8
C. de Guatemala	San José	35,5	San Salvador	32,3
C. de México	Sao Paulo	30,9	Buenos Aires	14,5
C. de Panamá	Miami	46,2	San José	28,2
Caracas	Bogotá	83,7		
Guadalajara	Monterrey	38,5		
Guayaquil	Lima	42,1	Bogotá	18,4
La Paz	Santa Cruz	41,2	Lima	35,3
Lima	Santiago	56,9	Bogotá	14,2
Medellín	Bogotá	35,2		
Miami	Sao Paulo	33,3	Santiago	25,0
Monterrey	Santiago	30,0	Guadalajara	16,7
Montevideo	Buenos Aires	50,0	Santiago	26,9
Puebla	Guadalajara	30,0		
Querétaro	Monterrey	30,8	Santiago	23,1
Quito	Bogotá	58,8	Lima	20,6
San José	C. de Panamá	54,5		
Santa Cruz	Asunción	42,9		
Santiago	Buenos Aires	44,4	Sao Paulo	20,6
Sao Paulo	C. de México	37,8	Buenos Aires	26,7

FODA (DOFA)

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de Bogotá 2008

Fortaleza			Oportunidad		
Variable	Valor	Respecto 2005	Variable	Valor	Respecto 2005
PIB ciudad	15.5	Aumenta	Líneas aéreas	26.0	Sin referencia
Población	39.6	Aumenta	Carga aeropuerto	20.9	Aumenta
Telefonía móvil	56.1	Igual	Internet	23.0	Igual
Homicidios	84.9	Aumenta	Ocupación hotelera	71.5	Aumenta
Crímenes	93.8	Aumenta	Libertad de negocios	63.1	Sin referencia
Delitos contra la propiedad	96.9	Aumenta			
Secuestros	94.0	Aumenta			
Debilidad			Amenaza		
Variable	Valor	Respecto 2005	Variable	Valor	Respecto 2005
PIB per capita	5.4	Aumenta	N° TLC	7.7	Aumenta
Crecimiento	10.5	Sin referencia	Mov. Carga puerto	21.5	Disminuye
Distancia puerto	43.2	Igual	Pasajeros nacionales	18.0	Aumenta
Telefonía fija	16.8	Aumenta	Pasajeros internacionales	15.1	Aumenta
Penetración de PC	12.3	Disminuye	Costo de vida	34.8	Aumenta
Puntos WiMax	2.2	Igual	Costo de oficina	63.5	Aumenta
Hoteles 4* y 5*	19.7	Disminuye	Papers ISI	5.8	Aumenta
Robos con violencia	68.0	Aumenta	Patentes otorgadas	0.2	Aumenta
Percepción de seguridad	37.7	Aumenta	Derechos de propiedad	30.0	Sin referencia
Desempleo urbano	25.9	Aumenta			

Fuente: AméricaEconomía Intelligence, 2008

Buenas Prácticas

- **Buenos Aires**
 - Tiene mejor marca que su país
 - Tiene un ministerio de desarrollo económico de la ciudad
- **Bangalore**
 - Su impulso lo dio una política de desarrollo estratégico
 - Alto KH y Costos competitivos
- **Madrid**
 - Existe una gran gestión urbana y colaboración público privada
 - Muy buen Sitioweb, lleno de servicios orientados a los empresarios
- **Cd. Panamá**
 - Hay facilidades para instalar servicios financieros
 - Pero falta infraestructura y + KH
- **Santiago**
 - Vive de la bondad de las políticas macro (país) (estabilidad país)
 - Tiene alta conectividad digital, ha invertido en infraestructura, poca criminalidad y buena marca.
 - Marcas chilenas en el exterior.

Simulaciones

RK.08	Ciudad	Puntaje
1	Sao Paulo	68,2
2	Miami	66,8
3	Santiago	59,4
4	Cd. México	53,8
5	Buenos Aires	49,4
Bogotá	→	47,3
6	Monerrey	40,0
7	Rio de Janeiro	39,5
8	BOGOTÁ	39,2
9	Lima	38,8
10	Curitiba	38,3

- Se hicieron 7 simulaciones individuales
 - Una por cada variable
- Al aplicarlas todas en forma simultánea, Bogotá podría avanzar 20,7% en el modelo.
- Esto la pondría en el 6° lugar. Muy lejos de Monterrey y muy cerca de las 5 líderes.

Recomendaciones

- **De contexto**
 - Hacer marketing enfocado e intencionado
 - Con MERCER, con Banco Mundial, con MasterCard
 - Énfasis en Organismos Internacionales
 - Ser líderes en “Accountability” en Colombia
 - Incentivar mesa de trabajo en regularidad del sistema tributario
- **Diferenciales**
 - Poder de Negocios
 - Mercado de Capitales
 - Colaboración Público Privada, para potenciarlo (Mesa de Discusión)
 - Aprovechar el potencial Emprendedor de los Colombianos
 - Creación de Fondos de Capital de Riesgo
 - Servicios Empresariales
 - INVERTIR: Mayor ancho de banda, infraestructura, calles, metro, etc.
 - Si no se invierte, se puede quedar rezagada
 - No tiene por qué ser sólo inversión pública
 - Potenciar “Invest in Bogotá” (atraer más compañías)

Recomendaciones

- **Diferenciales**
 - **Servicios Personales**
 - Casinos y hoteles
 - Fomentar Cultura de Uso de Internet
 - Mantener carácter amigable de la ciudad y los bogotanos
 - Cambiar la percepción dual, de los sistemas de seguridad de la ciudad
 - **Capital Intelectual**
 - Avanzar en la relación Universidad-Empresa
 - UNIANDES: 3° en Sub Ranking de Emprendimiento (AmLat).
 - Colaboración investigativa con empresas y universidades
 - Fomentar patentes
 - Manual de simplificado para patentar
 - Actualizar estadísticas de patentes en la OMPI.
 - Crear base de datos de apoyo a inventores (Centro Emprendimiento)

Recomendaciones

- **Diferenciales**
 - **Ventaja Geo-Estratégica**
 - Convertir a Bogotá en Centro Logístico latinoamericano
 - Aprovechar Inversión en Aeropuerto
 - Hacer Marketing cuando esté todo listo
 - Fomentar ventajas del uso de los servicios municipales en línea
 - También *home banking*
 - Patrimonio Cultural en UNESCO
 - Invertir en carretera a Buenaventura (¿concesionada?)
 - Fomentar inversión en los puestos cercanos
 - **Poder de Marca**
 - Mantener la percepción positiva del capital humano que vive en la ciudad
 - Invertir en Marca Ciudad
 - Buscar atributo (categoría) único, para posicionar a Bogotá como ganadoras en una categoría de valor.

Recomendaciones

- **Competidoras Directas de BOGOTÁ**
 - Se recomienda que Bogotá se enfoque más en vencer a sus competidoras directas, antes que tratar de llegar al grupo de las 5 primeras.
 - Quienes ven a Bogotá como su Competencia:
 - Quito
 - Guayaquil
 - Caracas
 - Lima
 - Algunas de ellas, Lima en particular, están muy dinámicas y pueden ser rivales muy fuertes en el escenario de los próximos 5 años.

Recomendaciones

• BOGOTÁ 2020

- Promover, desde la CCB, un evento emblemático de carácter unitario, que convoque el espíritu de los bogotanos para aunar los esfuerzos de todos en la consecución del objetivo.
- Hace muchos años que no hay un evento de clase mundial en una ciudad Latinoamericana.
- Se requiere un nuevo hito latinoamericano de clase mundial.
- Ahora es el momento.
- Hay que hacerlo antes de que Sao Paulo, Santiago o Monterrey comiencen a visualizar que ellas tienen potencial para postularse.

Cierre de Brechas de Competitividad de Bogotá 2006-2008.

Muchas Gracias

Por Rodrigo Díaz C. / Director
AméricaEconomía Intelligence
rdiaz@americaeconomia.com
569.290.9400